

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Jungleland adventure theme park yang beralamat di Jungleland Boulevard No. 1 Kawasan Sentul Nirwana – Sentul city Bogor 16810- Indonesia, Telp : (62-21) 293 11 313, Fax : (62-21) 293 11 311, Web : www.jungleland.co.id

B. Populasi dan sampel

1. Populasi penelitian

Populasi dalam suatu penelitian merupakan kumpulan individu atau objek yang merupakan sifat umum. Arikunto (2010:173) menjelaskan “Populasi adalah keseluruhan objek penelitian”. Maka dari penjelasan ahli tersebut, penulis menetapkan populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Jungleland grup dan regular yang jumlahnya tidak diketahui.

2. Sampel penelitian

Sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* (pengumpulan data), yaitu teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu. (Arikunto, 2010).

Guna mendapatkan sampel yang representatif yaitu dapat mewakili populasi penelitian di atas, karena konsumennya terlalu banyak sehingga

tidak dapat dihitung. Karena populasinya tidak diketahui, maka besarnya sample dapat diketahui dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2} = 0$$

Sumber : Sofyan Siregar (2016)

Dimana n adalah jumlah sampel, p adalah proporsi populasi dan Z adalah skor pada derajat kepercayaan tertentu serta e adalah sampling error. Nilai P selalu berkisar antara 0 - 1 maka besar p (1-p) dapat dicari sebagai berikut :

$$p = p (1-p)$$

$$p = p - p^2$$

$$P \text{ maksimum jika } n = \frac{dp}{dp} = 0$$

$$1 - 2p = 0$$

$$P = 0,5$$

Substitusikan nilai tersebut ke rumus sampel persamaan maka diperoleh:

$$a = 1 - 0,95 = 0,05$$

$$a/2 = 0,05/2 = 0,025$$

$$Z = 1 - 0,025$$

$$= 0.975 (1,96)$$

Jika derajat kepercayaan ditentukan 95% dengan proporsi 0,5% ($\alpha/2 = 0,025$ diperoleh Z tabel sebesar 1,96) dan nilai e adalah 10% dengan nilai Z adalah 1,96, maka jumlah sampelnya dapat dihitung sebagai berikut :

$$p = 0,5$$

$$q = 1-0,5 = 0,5$$

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2} = 0$$

$$n = \frac{(1,96)^2 0,5 \cdot 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

$$n = 96,04$$

Dengan demikian jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 96,04 responden namun untuk memudahkan penelitian maka jumlah sampel dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa

- a. Data kualitatif, yaitu data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti gambar, literatur literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian penulis.
- b. Data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*).

Sumber data dalam penelitian ini berupa :

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara dan kuesioner di lapangan.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi seperti data yang diperoleh dari situasi-situasi internet dan data lainnya yang berhubungan langsung dengan objek yang diteliti.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan pada penelitian ini adalah :

- a. *Interview*, yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara langsung dengan responden dengan bantuan daftar pertanyaan untuk mengumpulkan data primer.
- b. Kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada responden untuk menjawab.
- c. Observasi atau pengamatan, hal ini dilakukan dengan cara mengamati berbagai obyek tanpa melakukan komunikasi secara langsung. Teknik ini penulis gunakan saat penulis hendak mengetahui perilaku responden, proses kerja, gejala yang muncul atas perilaku responden dan lain sebagainya.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang memberikan informasi tentang bagaimana cara mengukur variabel. Dengan demikian maka penulis akan mampu mengetahui bagaimana cara melakukan pengukuran terhadap variabel yang dibangun atas dasar sebuah konsep dalam bentuk indikator dalam sebuah kuesioner. Dalam penelitian ini akan digunakan dua jenis variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

1. Variabel Bebas

Variabel bebas (*independent variable*) atau yang biasa disebut dengan variabel X yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (*dependent variable*) atau yang sering disebut variabel Y. Dalam penelitian ini digunakan variabel bebas ekuitas harga, promo dan keputusan pembelian, yang penulis definisikan sebagai berikut:

a. Promosi (X_1)

Promosi merupakan sebuah komunikasi khusus yang dilakukan penjual untuk dapat memberikan sebuah informasi dari keunggulan sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen. Indikator Promosi : Adapun indikator-indikator promosi menurut Kotler & Keller (2011;68) adalah :

- 1) Frekuensi promosi, yaitu seberapa sering dan gencar promosi itu dilakukan
- 2) Kualitas promosi, adalah seberapa berkualitasnya promo itu apakah tepat sasaran.
- 3) Kuantitas promosi, menggambarkan berapa banyak promo yang diberikan dibandingkan pesaing
- 4) Waktu promosi, kapan promosi itu di sebarluaskan di waktu yang tepat
- 5) Ketepatan atau kesesuaian sasaran promosi.

b. Harga (X_2)

Ketetapan atau kesesuaian sasaran promosi Harga Menurut Kotler dan Armstrong (2012;52) menyatakan harga dalam arti yang

sempit adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Ada empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk atau jasa.
- 3) Daya saing harga.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

2. Variabel Terikat

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain dalam hal ini variabel bebas (*independent variable*). Dalam penelitian ini digunakan keputusan pembelian. Philip Kotler (2008:251-252) : Proses pengambilan keputusan yaitu :“Suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber – sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.” Indikator dari keputusan konsumen yaitu :

- a. Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk
- b. Kemantapan akan kualitas suatu produk
- c. Keputusan pembelian ulang.

Guna memahami lebih dalam tentang variabel, definisi variabel, indikator dan pengukuran atas indikator di atas maka dapat dilihat pada rangkuman tabel dibawah ini.

Tabel 6
Definisi Operasional

VARIABEL	DEFINISI	INDIKATOR	UKURAN
Promosi (X ₁)	Promosi merupakan sebuah komunikasi khusus yang dilakukan penjual untuk dapat memberikan sebuah informasi dari keunggulan sebuah produk yang ditawarkan kepada konsumen (Kotler 2011:68)	1. Fekuensi promosi, 2. Kualitas promosi 3. Kuantitas promosi 4. Waktu promosi 5. Ketepatan atau kesesuaian sasaran pomosi	Skala Likert
Harga (X ₂)	Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan poduk atau jasa tersebut. Kotler (2013;151)	1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan produk	Skala Likert
Keputusan Konsumen (Y)	Sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.	1. Tujuan membeli sebuah produk. 2. Pemrosesan informasi untuk sampai ke pemilik merk. 3. Kemantapan pada sebuah produk. 4. Memberikan rekomendasi kepada orang lain. 5. Melakukan pembelian ulang.	Skala Likert

Sumber : Data diolah dari berbagai sumber

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menjawab rumusan masalah maupun hipotesis penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya. Data data yang telah dikumpulkan akan diolah sehingga bisa diambil kesimpulan sesuai dengan uji yang akan digunakan nantinya. Pada akhir kesimpulan itu akan diketahui bagaimana pengaruh antar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

1. Skala dan angka penafsiran

Seperti telah disampaikan sebelumnya, bahwa dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Adapun penelitiannya dengan menggunakan Skala Likert, dimana setiap jawaban instrumen dibuat menjadi 5 (lima) gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat disimpulkan berupa kata kata, seperti :

- a. Sangat setuju (skor 5)
- b. Setuju (skor 4)
- c. Ragu ragu (skor 3)
- d. Tidak setuju (skor 2)
- e. Sangat tidak setuju (skor 1)

Dengan menggunakan skala Likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban atas pertanyaan atau pernyataan itulah yang diolah sampai menghasilkan kesimpulan.

2. Uji kualitas Data

Penelitian yang mengukur variabel dengan menggunakan instrumen kuesioner harus dilakukan pengujian kualitas atas data yang diperoleh. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel atau tidak. Sebab kebenaran data yang diperoleh akan sangat menentukan kualitas hasil penelitian.

a. Uji validitas

Uji kualitas data pertama yang harus dilakukan adalah uji validitas. Berkaitan dengan uji validitas ini Arikunto dalam Unaradjan (2013:164) menyatakan bahwa : “Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur”. Alat ukur yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Guna menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan total skor yang merupakan jumlah tiap skor butir dengan rumus *Pearson Product Moment*, adalah :

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r hitung = koefisien korelasi variabel bebas dari variabel terikat

$\sum X_1$ = jumlah skor item

$\sum Y_1$ = jumlah skor total

N = jumlah responden

Namun demikian dalam penelitian ini uji validitas tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas, melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science (SPSS)*. Guna melihat valid atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka kolom yang dilihat adalah kolom Corrected Item-Total Correlation pada tabel Item-total Statistic hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS tersebut. Dikatakan valid jika r hitung $> 0,3$ (Situmorang, et.al, 2008:36)

b. Uji reliabilitas

Setelah semua butir pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka langkah selanjutnya adalah melakukan uji kualitas data kedua yaitu uji reabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi butir pernyataan. Butir pernyataan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pernyataan yang diajukan selalu konsisten. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya konsistensi kuesioner dalam penggunaannya. Butir pernyataan kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika butir pernyataan tersebut konsisten apabila digunakan berkali kali pada waktu yang berbeda. Dalam uji reliabilitas digunakan teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,70 atau lebih, dengan menggunakan rumus alpha, sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{St} \right)$$

Keterangan

- r_{11} = nilai reliabilitas
 $\sum S_i$ = jumlah variabel skor setiap item
 S_t = varian total
 K = banyaknya butir pertanyaan

Sumber : Arikunto dalam Unaradjan (2013:186)

Namun demikian dalam penelitian ini uji reliabel tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas, melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Guna melihat reliabel atau tidaknya butir pernyataan kuesioner maka dapat dilihat dari *Cronbach's Alpha* tersebut lebih besar dari 0,70 maka dapat dikatakan bahwa semua instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal (*reliabel*) sehingga dapat digunakan untuk uji uji selanjutnya (Situmorang, et.al.,2008:43).

3. Uji asumsi klasik

Merupakan uji yang wajib dilakukan untuk melakukan analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan dalam sebuah penelitian diantaranya meliputi: (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas, (3) uji heteroskedasitas, (4) uji autokorelasi dan (5) uji linieritas. Namun demikian dalam penelitian ini hanya digunakan 3 uji asumsi klasik saja yaitu : uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedasitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data variabel bebas(X) dan data variabel terikat (Y) pada sebuah persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau bahkan normal. Dalam penelitian ini akan digunakan program Statistical Program for Social Science (SPSS) dengan menggunakan pendekatan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan Kolmogorv-Smirnov test. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan histogram. Data variabel bebas dan variabel terikat dikatakan berdistribusi normal jika gambar histogram tidak miring kek kanan maupun ke kiri (Situmorang, et.al., 2008:56).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui terdapatnya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan studentized delete residual nilai tersebut. Prinsipnya ingin menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama diantara anggota grup tersebut. Jika varian sama, dan ini yang seharusnya terjadi maka dikatakan ada homoskedastisitas (tidak terjadi heteroskedastisitas) dan ini yang seharusnya terjadi. Sedangkan jika varian tidak sama maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas (Situmorang, et.al.,2008:63).

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan melihat pola gambar scatterplot maupun dengan uji statistik

misalnya uji glesjer ataupun uji park. Namun demikian dalam penelitian ini digunakan SPSS tersebut. Dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik yang ada menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y dan di kanan maupun kiri angka nol sumbu X (Situmorang,et.al.,2008:68).

c. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi klasik multikolinieritas ini digunakan dalam analisis regresi linier berganda yang menggunakan dua variabel bebas dua atau lebih ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dimana akan diukur tingkat keeratan (asosiasi) pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien korelasi (r). Dalam penelitian ini dilakukan uji multikolinieritas dengan cara melihat nilai tolerance dan VIF yang terdapat pada tabel Coefficients hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS. Dikatakan terjadi multikolinieritas jika nilai tolerance $< 0,1$ atau VIF > 5 (Situmorang, et.al.,2008:101).

4. Analisis Regresi

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi berganda yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih ($X_1, X_2, X_3 \dots X_n$) dengan satu variabel terikat (Unaradjan, 2013:225). Guna menguji pengaruh beberapa

variabel bebas dengan variabel terikat dapat digunakan model matematika sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan

Y = Variabel terikat (keputusan pembelian konsumen)

a = Intersep (titik potong dengan sumbu Y)

b₁...b₃ = Koefisien regresi (konstanta) X₁,X₂

X₁ = Harga

X₂ = Promosi

e = Standar error

Sumber : Arikunto dalam Unaradjan (2013:225)

Namun demikian dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda tidak dilakukan secara manual dengan menggunakan rumus di atas, melainkan dengan menggunakan SPSS. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda lebih lanjut perlu dilakukan analisis data. Dalam hal ini penulis akan menggunakan teknik analisis data yang sudah tersedia selama ini. Pertama, dilakukan uji kualitas data berupa uji validitas dan reliabilitas. Kedua, dilakukan uji asumsi klasik berupa normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Ketiga, dilakukan uji hipotesis berupa uji F (Uji Simultan), koefisiensi determinasi dan uji t (Uji Parsial).

5. Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji kualitas data dan uji asumsi klasik maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pada dasarnya merupakan metode pengambilan keputusan yang didasarkan pada analisis data. Dalam penelitian ini dilakukan uji hipotesis yang meliputi uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R^2) dan uji t (uji parsial).

a. Uji serempak/Simultant (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabelbebas secara bersama sama (simultan) terhadap variabel terikatnya. Guna mengetahui apakah variabel bebas secara bersama sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dapat digunakan rumus :

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan :

Fhitung = Nilai F yang dihitung

R^2 = Nilai koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah sampel

Sumber : Unaradjan (2013:207)

Namun demikian dalam penelitian ini semua uji hipotesis tidak dilakukan secara manual melainkan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Caranya dengan melihat nilai

yang tertera pada kolom F pada tabel Anova hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS tersebut.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, variannya dapat diperoleh dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf $\alpha=0,05$ dengan ketentuan:

- 1) $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa promo, harga dan keputusan pembelian secara bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- 2) $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Artinya variasi model regresi berhasil menerangkan bahwa promo, dan harga, secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas yang diteliti dengan variabel terikat secara individu (parsial). Adapun rumus yang digunakan, sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b}{se}$$

Keterangan :

t_{hitung} = nilai t

b = Koefisien regresi X

se = Standar error koefisien regresi X

Sumber : Arikunto dalam Widayat (2008:73)

Adapun bentuk pengujiannya adalah :

- 1) $H_0 : \beta_i = 0$ dimana $i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

- 2) $H_a : \beta_i \neq 0$ dimana $i = 1,2,3$

Artinya variabel bebas yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.

Uji t dilakukan dengan cara membandingkan thitung dengan t tabel pada taraf nyata 5% ($\alpha 0,05$) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) $thitung > -ttabel$ atau $thitung < ttabel$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel promo, harga, dan keputusan pembelian konsumen secara sendiri sendiri (parsial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.
- 2) $thitung < -ttabel$ atau $thitung > ttabel$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel promo, harga, dan keputusan pembelian konsumen secara (parsial) sendiri-sendiri tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur persentase sumbangan variabel independen yang diteliti terhadap naik turunnya variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$) yang berarti bahwa bila $R^2 = 0$ berarti menunjukkan tidak adanya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan bahwa semakin

kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada kolom *Adjusted R square* pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS.